

2017年12月20日

東日本電信電話株式会社
株式会社 電通

訪日外国人のクチコミから、穴場観光スポットを発掘！

～AI翻訳を活用した外国語 SNS データ分析による、訪日外国人向けマーケティングの実施～

東日本電信電話株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:山村 雅之、以下「NTT 東日本」と)、株式会社 電通(本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:山本 敏博、以下「電通」)は、企業や地方自治体の訪日外国人誘致を支援することを目的に、外国語 SNS データの AI 翻訳と内容分析、およびこれらを活用した外国人向けプロモーションを、2018年1月よりトライアル実施し、事業性の検証を行います。

なお、本トライアルにおいては、Peach Aviation 株式会社(本社:大阪府泉南郡田尻町、代表取締役 CEO:井上 慎一、以下、「Peach」)の協力のもと、Peach が運営する訪日外国人向け旅のプラットフォーム「COMOMO^{※1}」(以下、「COMOMO」)へ、外国語 SNS データの分析に基づく、穴場観光スポットなどのコンテンツを反映し、閲覧した訪日外国人の消費行動の変化を見ることで、効果検証を行います。

※1 COMOMO は、Peach が仙台空港を拠点化したことを記念し、2017年9月22日より提供開始した、東北・宮城の“KAWAII(カワイイ)”情報を、訪日女性個人旅行者同士が発信、発見する新しい女子旅のプラットフォームです。
<https://corporate.flypeach.com/cms/wp-content/uploads/2017/09/1709251-Press-Release-J.pdf>

1. 背景

訪日外国人が急激に増加するなか、訪日外国人の誘致やサービス・施設の利用促進に向けたコンテンツの多言語化などの受入環境整備が進みつつあります。さらに、訪日外国人の趣味嗜好や観光地に対する評判を外国語 SNS などの観光ビッグデータから分析し、外国人目線での新たな観光周遊ルートの形成や観光資源のプロモーションに活用する動きも出てきています。

しかしながら、これまでの外国語 SNS データ分析は、翻訳コストや納期、日本語への翻訳精度が難点となり、「投稿量(頻出ワード)」や「位置情報」等の、部分的な分析に留まっているケースが多く、企業や自治体が求める、より具体的な情報提供ができていないことが課題となっています。

2. トライアルの内容

■概要

①外国語 SNS データの翻訳

台湾人を中心とした訪日外国人の「東北観光」に関する SNS への投稿内容を、NTT 東日本が提供する AI 翻訳エンジン「ひかりクラウド cototoba」(以下、「cototoba^{※2}」)を活用し、日本語へ翻訳します。cototoba を活用した翻訳には、以下のメリットがあります。

- ・ 独自に収集した文化観光分野における頻出フレーズ・単語を大量に機械学習しており、当該分野の投稿を高い精度で翻訳可能
- ・ 人手での翻訳と比較して、低コストかつ短納期での対応が可能

②投稿内容の分析

翻訳した SNS の投稿内容について、電通 ソーシャルインサイトラボ^{※3} のノウハウを活用して分析を行います。cototoba を活用した精度の高い翻訳データを用いることで、これまでの外国語 SNS データ分析では困難だった、以下の分析が可能になります。

- ・ 投稿の中で頻出するワードの評価が、ポジティブなのかネガティブなのかを判別可能（投稿数は少ないものの、ポジティブな投稿が多くみられる穴場観光スポットなど、新たな観光資源の発掘に活用）
- ・ 投稿における、頻出ワードと同時に投稿されることが多い「共起ワード」の抽出が可能（人気観光スポット周辺で、同時に観光することで満足度が高まるスポットやアクティビティなどの「ついで観光スポット」の把握による、新たな観光周遊ルートの形成に活用）

③分析に基づくコンテンツの配信

分析結果に基づき、穴場観光スポットの紹介や、新たな観光周遊ルートの提案などを、Peach が運営する「COMOMO」へコンテンツとして反映します。また、コンテンツを閲覧した訪日外国人の消費行動の変化を見ることで、取り組みの効果検証を行います。

※2 NTT 東日本の AI 翻訳エンジン「ひかりクラウド cototoba」 http://www.ntt-east.co.jp/release/detail/20170703_01.html
AI 翻訳エンジンには、NTT グループの AI 関連技術 corevo[®]（コレボ）が活用されています。

corevo[®]（コレボ）は、日本電信電話株式会社の商標です。



※3 電通 ソーシャルインサイトラボは、電通と NTT データの協業組織。主にソーシャルメディア・ビッグデータの解析を起点としたマーケティング領域での新たなソリューションの開発・提供を行っています。

<http://www.dentsu.co.jp/news/release/2015/0123-003948.html>

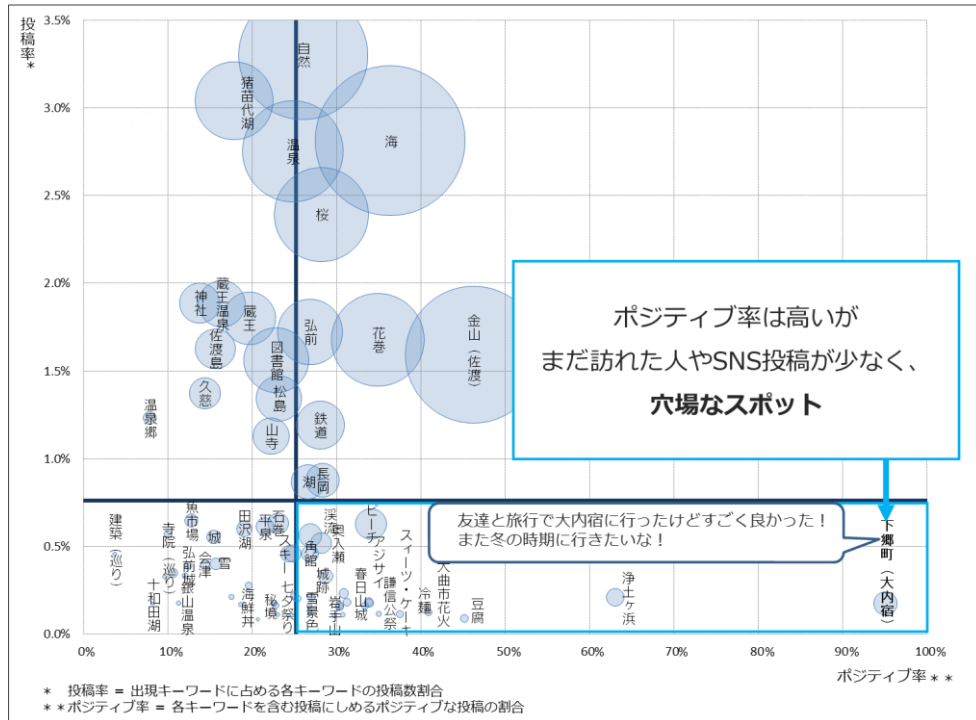
<概要イメージ>



■分析結果イメージ

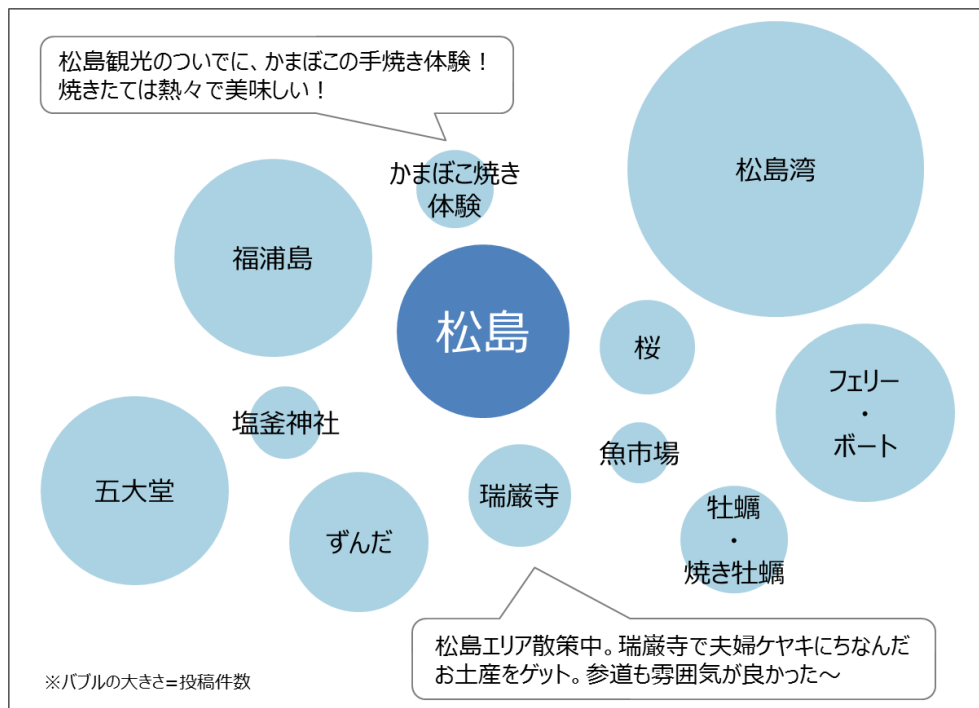
□ 東北観光 穴場観光スポット分析 | 話題は少ないが評価の高い観光資源を発掘。

「下郷町(大内宿)」は、投稿量が少ないものの、ポジティブな内容の投稿が非常に多く、訪日外国人にとっての穴場観光スポットであると見込まれる。



□ 東北観光 ついで観光分析 | 人気エリア周辺でお勧めの観光資源を発掘。

松島に來訪した訪日外国人が松島と同時に SNS に発信している「ポジティブ共起ワード」から、松島湾のフェリー観光のほか、瑞巖寺、かまぼこ焼き体験などが、同時に体験すると満足度が高まる観光スポット・アクティビティであると見込まれる。



■トライアルにおける分析内容

- ・分析対象 : 台湾人を中心とした訪日外国人の東北観光に関するクチコミ
1年間分(2016年10月1日～2017年9月30日)
- ・分析ソース : Twitter(約1.6万件)、その他SNS(約4.1万件)
*トライアルに使用するデータの提供については、NTTデータの協力を得ています。
*その他のSNSにはPlurk、Weiboが含まれます。

3. 各社の役割

・NTT 東日本

2017年7月より提供開始した、「cototoba」を活用し、大量の外国語SNSデータを日本語に翻訳します。NTT 東日本が独自に制作・収集した学習データを活かすことで、今まで抽出が困難だった観光地名等も分析が可能となっています。

・電通 ソーシャルインサイトラボ

企業や地方自治体と連携したSNS分析実績や蓄積されたノウハウを活用し、外国語SNS分析の設計と現状の課題整理を実施し、訪日外国人の消費特性や嗜好性の抽出、分析を行います。

・Peach

分析結果に基づく新たな観光周遊ルートや観光資源のプロモーションコンテンツを制作し、自社で運営する「COMOMO」で配信します。

4. 今後の取り組み

NTT 東日本と電通は、本トライアルを通して得られた知見をもとに、外国語SNS分析を活用した多言語マーケティングサービスの拡充を検討し、訪日外国人へのおもてなしの充実、日本の観光立国実現に貢献してまいります。